

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	11
2.2 Keputusan Pembelian	12
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.2.2 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	13
2.3 Produk	16
2.4 Harga.....	18
2.5 Distribusi.....	19
2.6 Promosi	20
2.7 Penelitian Terdahulu.....	22
2.8 Kerangka Pemikiran	23
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	26
3.1.1 Variabel Penelitian.....	26
3.1.2 Definisi Operasional.....	26
3.2 Penentuan Sampel.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Metode Analisis.....	31
3.5.1 Validitas.....	31
3.5.2 Reliabilitas	32
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	32

3.5.4	Regresi Linier Berganda.....	34
3.5.5	Uji Godness Of Fit	35
3.5.6	Pengujian Hipotesis (uji – t)	36
3.5.7	Koefisien Determinasi (R Square)	37
 BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Responden	38
4.1.1	Deskripsi Responden.....	38
4.2	Analisis Data dan Pembahasan.....	41
4.2.1	Analisis Deskripsi Variabel	41
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.2.2.1	Uji Validitas	48
4.2.2.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	50
4.2.4	Analisis Regresi Berganda.....	53
4.2.5	Pengujian Hipotesis.....	55
4.2.6	Koefisien Determinasi.....	58
4.2.7	Pembahasan	59
 BAB V : PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		72